

TUGAS AKHIR

“PERANCANGAN BRAND IDENTITY KAMPUNG BATIK TUBAN”



Oleh :

BERLIAN YULIANA
1054010041

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR
2014**

PERANCANGAN BRAND IDENTITY KAMPUNG BATIK TUBAN

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh Gelar Sarjana Teknik
(S-1)**

Jurusan Desain Komunikasi Visual

Diajukan oleh :
BERLIAN YULIANA
1054010041

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR
2014**

PERANCANGAN BRAND IDENTITY KAMPUNG BATIK TUBAN

Dipersiapkan dan disusun oleh

BERLIAN YULIANA
1054010041

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada Tanggal : 11 Desember 2014

Pembimbing I

Penguji I

Widyasari, ST., MT

Heru Subiyantoro ST., MT,
NPT. 3 7102 96 0061 1

Pembimbing II

Penguji II

Aryo Bayu Wibisono, ST., M.Med.Kom
NPT. 3 8312 10 0304 1

Aileena Solicitor C.R.E.C., ST., M.Des

Penguji III

Aris Sutejo, S., Sn., M.Sn
NPT. 3 8511 13 0353 1

Ketua Jurusan

Koordinator

Heru Subiyantoro ST., MT.
NPT. 3 7102 96 0061 1

Aditya Rahman Yani, ST., M.Med.Kom
NPT. 3 8109 10 0303 1

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1)

Tanggal :

Dekan Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan

Ir. Naniek Ratni Juliardi AR, M.Kes.
NIP. 19590729 198603 2 00 1

ABSTRAK

Brand identity adalah proses membuat sebuah identitas atau merek yang dapat di kenal oleh semua orang. *Brand Identity* dapat di arti luaskan sebagai identitas merek yang memiliki daya tarik tersendiri untuk dapat menarik perhatian semua orang. Namun identitas merek tersebut tidak hanya bisa dilihat, melainkan dapat diingat, dipegang, dirasakan dan itu nyata. Merek tersebut juga dapat ditemui dimana saja. Salah satunya seperti maskot, baliho, signage dan lain-lain. Pada pembuatan sebuah identitas merek ini, dibutuhkan beberapa elemen yang sangat penting, yang dapat mendukung dalam sebuah pembuatan identitas, yaitu warna, contoh logo, tipografi dan layout. Brand identity sangat berpengaruh penting dalam dunia desain, apalagi untuk perusahaan yang baru berdiri. Pada perusahaan tersebut pastinya sangat dibutuhkan sebuah identitas atau merek, agar perusahaan tersebut dapat dikenal oleh semua orang.

Seperti halnya salah satu kampung di kota Tuban yang juga memerlukan Brand Identity ini. Di Kota Tuban ini juga terdapat kerajinan yang sudah turun temurun di wariskan oleh nenek moyang mereka untuk para generasi penerus, agar kerajinan yang sudah lama di lakukan tersebut tidak punah. Dahulu batik di buat dengan cara di tenun, tapi pada jaman yang semakin maju seperti sekarang ini, alat tenun yang di pakai untuk membatik sudah berganti dengan alat chanting. Kebanyakan pembatik tersebut dari kalangan muda sampai yang tua masih aktif membatik. Kampung batik Tuban ini juga membutuhkan sebuah identitas untuk mengenalkan ke masyarakat, agar masyarakat tahu tentang adanya kampung batik yang ada di belakang bukit dan dapat menjadi tempat wisata batik. Media utama yang digunakan untuk memperkenalkan kampung batik Tuban kepada masyarakat luas adalah buku GSM.

Metode yang dilakukan penulis untuk merancang desain adalah mulai dari wawancara dengan nara sumber yaitu dari dinas kota Tuban sebagai *stake holder* dan kepala desa dari kampung Batik tersebut, dan menyebar 100 kuisioner . Hasil dari metode yang dilakukan adalah bahwa banyak orang yang tidak mengetahui tentang adanya kampung batik Tuban yang ada didesa Margorejo. Maka membuat Brand Identity untuk Kampung Batik Tuban ini adalah implementasi desain paling tepat sebagai solusi mengenalkan dan mempromosikan tempat ini ke dunia luar.

Kata Kunci : Brand Identity, Batik, Tuban, Graphic Standart Manual

ABSTRACT

Brand Identity is a process to make an identity or brand that can be known of everyone. Brand Identity can be fully mean as a brand that has their view point of identity to attract attention of people. But that Brand Identity is not only can be seen, but also can be remembered, touched, felt and it is real. The brand also can be found everywhere. They are such mascots, billboards, signage, and others. In the making of this brand, needed some very important elements, that support in processing the identity, they are colors, example of logos, typography, and layout. Brand Identity is so influential in design world, moreover for the new built firms. For that firms certainly need an identity or brand, so that they can be known of people.

Just like one of village in Tuban City that needs this Brand Identity too. Tuban City has craft that has been handed down by their ancestor for the next generation, so that the craft that has long made will not be extinct. Previously batik was made by weaving process, but in the modern era like this, looms that was used to made batik has changed to canting. Most of the batik maker the oldest until the youngest are still active to make batik. This Batik Tuban Village also needs an identity to introduce people of their place, so that the people know of the existence of batik village behind the hill and it can be batik tourism. The main media that use to introduce Batik Tuban Village to people is GSM Book.

The methods that the writer did to made design were interviewed with the informant of Tuban City's government as stake holder and the headman of batik village, and also spread 100 questionnaire. The result of the methods was many people did not know the existence of Batik Tuban Village in Margorejo Village. So making Brand Identity for the Batik Tuban Village is right implementation of design as solution to introduce and promote this place to the world.

Keywords: *Brand Identity, Batik, Tuban Graphic Standard Manual*

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR

Saya menyatakan dengan ini sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, didalam Naskah Tugas Akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu Perguruan Tinggi, dan tidak ada karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam Naskah Tugas Akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Tugas Akhir ini digugurkan dan gelar akademik yang sudah saya peroleh (Sarjana) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Surabaya, 11 Desember 2014

Berlian Yuliana

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan pada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala berkat dan penyertaan-Nya, sehingga atas izin-Nya, makalah tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik. Dalam proses penyusunan makalah ini, penulis banyak mendapat bantuan secara moril maupun materil, hal ini tidak lepas bantuan dari berbagai pihak, atas bantuan dan dukungan tersebut, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. **Ibu Ir. Naniek Ratni Juliardi A. R., M.Kes.**, selaku Dekan Fakultas Teknik dan Perencanaan UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. **Bapak Heru Subiyantoro, ST., M.Med.Kom**, selaku ketua Jurusan Desain Komunikasi Visual UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. **Bu Widyasari, ST., MT**, selaku dosen pembimbing yang selama pembuatan proposal ini sudah banyak memberikan bimbingan, serta saran, dan kritiknya kepada penulis.
4. **Bapak Aryo Bayu Wibisono, ST., M.Med.Kom**, selaku dosen pembimbing dua juga turut memberikan bimbingannya kepada Penulis.
5. Seluruh Dosen DKV UPN “Veteran” Jawa Timur dan staff pengajar yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama penulis mengikuti perkuliahan di UPN “Veteran” Jawa Timur.
6. Kepada Tuhan yang maha Esa. Terima kasih untuk segala mukjizatmu perlindungan serta kelancaran untuk menyelesaikan tugas akhir ini, dan segalanya yang Kau beri dalam hidupku.
7. Kedua orang tua, bapak dan ibu terimakasih untuk semua doa dan dukungannya selama ini, berlian ucapkan banyak terimakasih selalu ada untuk berlian .berlian sayang kalian.
8. Untuk kakak berlian ,Arief yang selalu ada untuk membantu berlian disaat berlian membutuhkan sesuatu dan selalu memberikan support.
9. Untuk sepupu berlian, Koko Steven yang selalu ada untuk membantu berlian disaat berlian sedang membutuhkan uang dan antar.
10. Para sahabat Indy, Rossi, Yuyun, Ica, Dian, Intan dan isti yang selalu menemani dalam suka dan duka dalam pembuatan makalah hingga tugas akhir direalisasikan, makasih slama 4 tahun ini kalian mau menjadi teman berlian sekaligus mau membantu berlian. i love you all guys.

11. Bapak Edi selaku Kepala Dinas perindustrian dan perikanan Kota Tuban yang sudah memberikan saya ijin untuk melakukan perancangan pada kampung batik Tuban serta memberikan informasi kepada berlian secara akurat.
12. Bapak Junaidi selaku kepala Desa sekaligus pengusaha batik yang ada di kampung Margorejo yang sudah membantu memberikan informasi kepada berlian.
13. Para pejuang tugas akhir 22 Desainer salut buat kalian semua, ga bakal bisa lupa waktu kita harus sibuk acc ke dosen, bertukar pikiran, persiapan pameran, sampai sidang lisan, dan kita semua bisa lulus sama-sama. Semangat Buat DEKAVE!!!!!!
14. Semua teman-teman yang sudah banyak membantu berlian dan menyempatkan hadir di acara pameran tugas akhir (Albert, Icha, Indy, Ocy, dan yuyun)
15. Untuk isti dan keluarganya terimakasih sudah memperbolehkan berlian menginap selama 1 bulan lebih sejak TA berlangsung sampai akhir sidang ini dan memberi tumpangan untuk berlian pulang .
16. Cak Bagong, terimakasih cak sudah mau menjadi tempat tongkrongan kita, yang selalu ada untuk pulsanya setiap hari jasamu sungguh berharga cak Gong.
17. Semua warga FTSP teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, saya ucapkan banyak terimakasih untuk semua dukungannya

Surabaya, 11 Desember 2014

Berlian Yuliana

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	5
1.3. Rumusan Masalah.....	6
1.4. Tujuan perancangan.....	6
1.5. Target Audience.....	6
1.6. Manfaat Perancangan.....	7
BAB 2 STUDI EKSISTING DAN PUSTAKA	8
2.1. Tinjauan Tentang Kota Tuban	8
2.2 Tinjauan Tentang Desain Komunikasi Visual	19
2.2.1 Brand Identity.....	19
2.3 Studi Komparator.....	25
2.3.1 Logo Batik Pekalongan	26
2.3.2 Logo Batik Laweyan	26
2.3.3 Logo Kampung Batik Jetis	27
BAB 3 METODE PERANCANGAN	28
3.1 Definisi Operasional.....	28
3.1.1 Brand Identity	28
3.1.2 Kampung Batik Tuban	28
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.2.1 Data Primer	29
3.2.2 Data Sekunder	31

3.3 Analisis Data.....	31
3.3.1 Analisis TOWS Matriks.....	31
3.3.2 Analisis 5W+1H	32
3.4 Teknik Sampling	34
3.4.1 Sample.....	34
3.5 Skema Kerangka Berfikir	35
BAB 4 KONSEP DESAIN	36
4.1 Perumusan Konsep.....	36
4.1.1 Oriental Klasik (Denotatif-Makna Sesungguhnya)	37
4.1.2 Oriental Klasik (Konotatif-Bukan Sebenarnya).....	37
4.2 Pesan Komunikasi.....	38
4.3 Konsep Visual	38
4.3.1 Ilustrasi.....	38
4.3.2 Tipografi	39
4.3.3 Warna	39
4.4 Layout Desain	40
4.4.1 <i>Lettermark</i>	40
4.4.2 <i>Picturemark</i>	41
4.4.3 Warna.....	44
4.4.4 Alternatif <i>Landmark</i>	46
4.4.5 Studi Bentuk.....	47
4.4.6 Evaluasi <i>Landmark</i>	49
4.4.7 Final Desain	49
4.4.8 <i>Brandline</i>	50
4.5 Konsep Teknis Media	51
4.5.1 GSM.....	51
4.5.2 Media Pendukung / Implementasi	51
4.5.3 <i>Marcendise</i>	52
BAB 5 IMPLEMENTASI DESAIN	54
5.1 <i>Landmark</i>	54
5.1.1 Logo Primer.....	54

5.1.2 Logo Sekunder	55
5.1.3 Ketentuan Penggunaan Logo Primer dan Logo Sekunder	55
5.1.4 Supergrafis	55
5.2 Media Utama	56
5.3 Media Pendukung	58
5.3.1 Media Pendukung / Implementasi.....	58
5.4 Estimasi Harga	71
BAB 6 PENUTUP	74
6.1 Kesimpulan	74
6.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kampung Margorejo	2
Gambar 1.2 Kampung Margorejo	4
Gambar 2.1 Peta lokasi Kabupaten Tuban	8
Gambar 2.2 Gaya bangunan sangat tradisional permanen	9
Gambar 2.3 Peralatan dan Proses Batik Tuban	11
Gambar 2.4 Produk Industri Kecil Meubel Jatirogo dan Bangilan	11
Gambar 2.5 Produk Industri Kecil Tembikar (Gerabah)	12
Gambar 2.6 Produksi Kecil Anyaman Bambu	13
Gambar 2.7 Produk Sangkar Burung	13
Gambar 2.8 Kampung Margorejo	14
Gambar 2.9 Proses Membatik	15
Gambar 2.10 Proses Pewarnaan	15
Gambar 2.11 Proses pendinginan sebelum di glorot	16
Gambar 2.12 Glorot proses perebusan melelehkan malam	16
Gambar 2.13 pencucian dan pembersihan	16
Gambar 2.14 Burung Cacingan	17
Gambar 2.15 Bintang Laut	18
Gambar 2.16 Burung Mprit	18
Gambar 2.17 Bintang Laut	18
Gambar 2.18 <i>Brand Identity Ideals</i>	20
Gambar 2.19 Contoh Logotype	23
Gambar 2.20 Contoh Logogram	23
Gambar 2.21 Contoh Logotype dan Logogram	24
Gambar 4.1 contoh studi <i>Typografi Lettermark</i>	40
Gambar 4.2 Tipografi perancangan <i>Lettermark</i>	40
Gambar 4.3 Studi <i>Picturemark</i>	42
Gambar 4.4 Sketsa Desain Logo	44
Gambar 4.5 Studi Warna	45
Gambar 4.6 Alternatif <i>Landmark</i>	47

Gambar 4.7 Acuan Visual logo	48
Gambar 4.8 Evaluasi <i>Landmark</i>	49
Gambar 4.9 Final Desain <i>Landmark</i>	49
Gambar 5.1 <i>Landmark</i>	54
Gambar 5.2 Logo Primer	54
Gambar 5.3 Logo Sekunder	55
Gambar 5.4 Supergrafis <i>Landmark</i>	56
Gambar 5.5 Isi Buku Graphic Standard Manual (GSM)	57
Gambar 5.6 Kartu nama	58
Gambar 5.7 Amplop	59
Gambar 5.8 Kop Surat	60
Gambar 5.9 File Holder	61
Gambar 5.10 Pensil	62
Gambar 5.11 Spidol	62
Gambar 5.12 Bulpoin	63
Gambar 5.13 Penghapus	63
Gambar 5.14 Mug	64
Gambar 5.15 Gantungan Kunci	65
Gambar 5.16 Stiker	66
Gambar 5.17 Label produk	66
Gambar 5.18 <i>Packaging</i>	67
Gambar 5.19 Paper Bag	68
Gambar 5.20 Brosur	69
Gambar 5.21 Poster	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Presentase Omset Batik di Tuban.....	3
Tabel 2.1 Warna	21
Tabel 2.2 <i>Tipografi</i>	25
Tabel 2.3 Penjelasan <i>Logo</i> Batik Pekalongan	26
Tabel 2.4 Penjelasan <i>Logo</i> Batik Laweyan	27
Tabel 2.5 Penjelasan <i>Logo</i> Batik Jetis.....	28
Tabel 3.1 TOWS Matriks	31
Tabel 3.2 Skema Perancangan <i>Brand Identity</i> Kampung Batik Tuban.....	35
Tabel 4.1Tabel Perumusan Konsep Desain	36
Tabel 5.1 Estimasi Dana	71

BAB 1

PENDAHULUAN

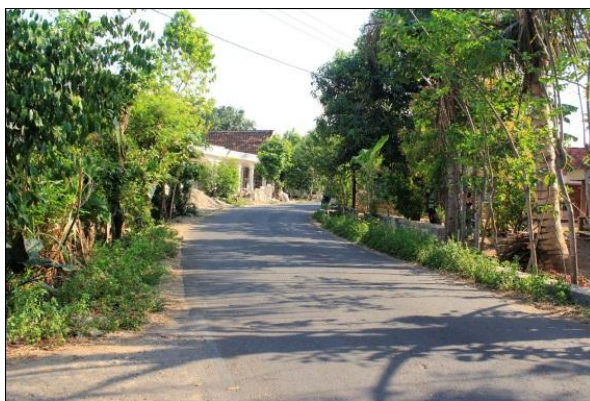
1.1 Latar Belakang

Kota Tuban adalah salah satu kota yang berada di daerah Jawa Timur, dimana Kota Tuban tersebut menghasilkan tuak dan legen yang paling terkenal di sana. Kota Tuban merupakan kota kecil memiliki suasana yang nyaman walau padat penduduknya, Keramahan dari penduduknya pun juga merupakan salah satu unsur kenyamanan di kota Tuban. Begitu pula tempat - tempat bersejarah yang ada di kota Tuban salah satunya yaitu makam Sunan Bonang, makam Sunan Bonang ini sudah terkenal dari dulu dan banyak sekali masyarakat dari luar yang datang ke Tuban untuk berziarah kemakam tersebut. Pada kota ini juga memiliki suatu keunggulan yaitu sebuah kerajinan batik yang tentunya pembuatan batik tersebut masih memakai cara yang sangat manual, dahulu kala para nenek moyang mereka membuat batik dengan alat tenun.

Tuban juga memiliki banyak potensi yaitu dari kerajinan berupa batik Tenun Gedhog, Gerabah, Anyaman bambu dan sangkar burung. Namun yang paling unggul diantara potensi tersebut adalah Batik Tenun Gedhog, karena mayoritas penduduk disana adalah pembatik. Batik pada jaman dahulu di buat dengan cara di tenun, teknik menenun pada dasarnya tidak berbeda jauh dengan menganyam. Tenun gedhog merupakan sebutan alat khusus yang di kenal untuk menganyam dengan benang lawe. Tenun ghedog sendiri merupakan bahan baku utama berupa kain – ghedog / kain tenun ghedog. Lalu, pada jaman yang semakin maju seperti sekarang ini alat tenun yang di pakai untuk membatik sudah berganti dengan alat chanting. Pada alat chanting ini juga terbuat dari kayu yang di pakai sebagai tangkainya untuk pegangan (gagang terong) dan tembaga sebagai kepalanya (nyamplungan) dan mulut untuk keluarnya malam yang sudah cair (carat atau cucuk) (ok-review_online, 20/08/2014). Kebanyakan pembatik tersebut dari kalangan muda sampai yang tua masih aktif membatik. Salah satu kampung yang masih aktif membatiki namun kampung tersebut masih belum di ketahui oleh orang - orang yaitu kampung Margorejo yang letaknya berada di belakang bukit.



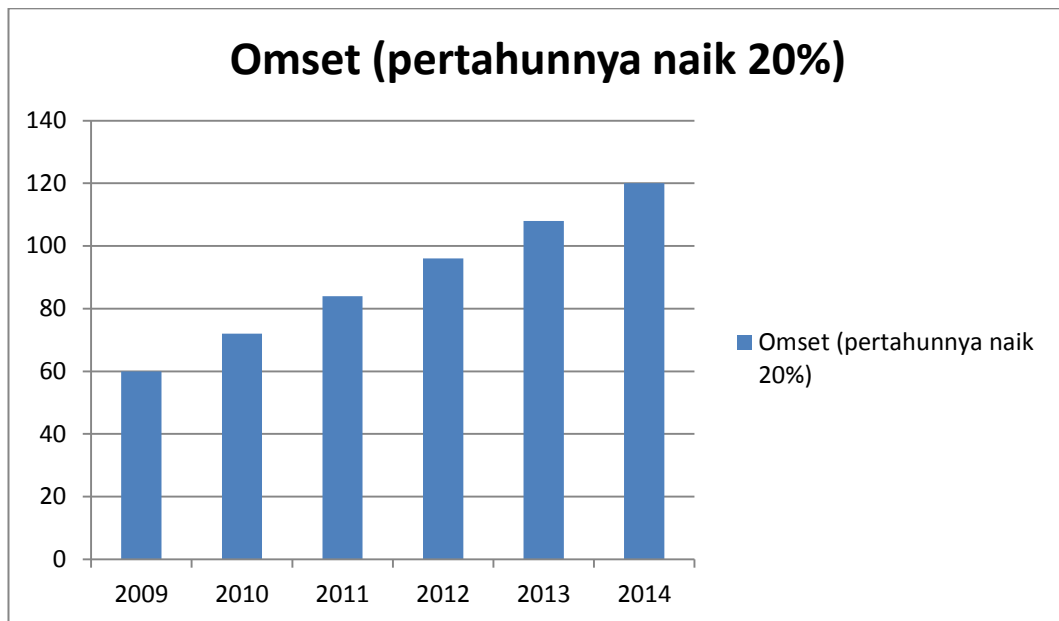
Gambar 1.1 Kampung Margorejo
(sumber :dokumen pribadi. 9/11/ 2013)



Gambar 1.2 Kampung Margorejo
(sumber :dokumen pribadi. 9/11/ 2013)

Kampung Margorejo ini adalah kampung yang masih alami dan belum diketahui oleh banyak orang. Orang-orang yang berada di kampung ini sangat ramah dan sopan, suasana pada kampung ini sangat nyaman. Pada kampung Margorejo ini adalah salah satu kampung dimana penduduknya yang rata-rata mayoritas bekerjanya sebagai pengrajin batik. Pada kampung ini juga bisa menghasilkan sebuah karya yang sangat luar biasa yaitu menghasilkan batik tulis khas Tuban, hal ini bisa lebih memajukan kualitas batik yang lebih baik dari batik – batik yang lain. Batik yang berada di Tuban ini tidak begitu terkenal karena Dinas Perindustrian belum mempopulerkan batik di kampung tersebut. Kemungkinan karena tempat kampung tersebut sangatlah jauh dari perkotaan, kampung ini berada di belakang bukit. Pada kampung batik Tuban ini pun omset yang di dapat dari usaha batik tersebut dari tahun 2009 sampai dengan 2014 ini terus naik dengan persentase 20% setiap tahun dan mengalami penurunan 5% setiap tahun juga (Lurah kecamatan Kerek desa Margorejo dalam wawancara).

Disini akan di jelaskan secara rinci omset yang di dapat selama pertahun.



Tabel 1.1 Presentase Omset batik di Tuban
(sumber :dokumen pribadi. 18/08/ 2014)

Faktor yang menyebabkan naiknya omset di sebabkan karena adanya perluasan pada pasar dan bertambahnya produksi, namun dengan kenaikan omset tersebut ada pula kendala yang dihadapi pada tahun lalu yaitu kurangnya tenaga kerja dan faktor cuaca yang kurang mendukung dalam proses produksi. pada Kondisi masyarakat yang sekarang ini sudah mulai maju omset yang di dapatpun semakin bertambah kembali tidak seperti sebelumnya, karena tenaga kerja yang ada di sana sudah mulai banyak dan masalah yang selama ini mereka alami sudah bisa teratasi dengan baik. Para karyawan pada produksi batikpun dapat mengalami perkembangan dalam hal perekonomian, dengan terjadinya penambahan omset setiap tahun sampai tahun sekarang ini menyebabkan masyarakat di kampung Margorejo yang dulunya banyak sekali pengangguran, namun sekarang ini bisa mengurangi angka pengangguran dengan adanya kerajinan batik tulis tersebut (Lurah kecamatan Kerek desa Margorejo dalam wawancara).

Menurut data-data di atas dapat disimpulkan bahwa pada income per- kapita rumah batik di bawah binaan Dinas Perekonomian dan pariwisata ini naik. Maka dari itu untuk lebih meningkatkan income per-kapita kota Tuban lebih baik lagi dan memajukan industri perekonomian daerah kota Tuban, namun ada salah satu

yang bisa di ambil contoh yaitu desa Margomulyo yang sekarang ini sudah hampir punah karena harga bahan-bahan pembuatan batik ini naik, sehingga bisa memperpuruk nasib perajin batik yang ada di sana. Seperti yang di lontarkan oleh Mbah Rukayah, perajin batik asal Desa Margomulyo, Kecamatan Kerek, Kabupaten Tuban. Beliu menjelaskan bahwa dengan harga – harga yang serba naik seperti ini tidak menutup kemungkinan income per-kapita pada batik Tuban ini bisa turun dari sektor industri kerajinan batiknya (detiknews_online, 9/11/2013).

Pada kampung batik Margorejo ini bisa dibilang kurang dikenal oleh masyarakat luas khususnya di sekitar Kabupaten Tuban sendiri. Hal ini bisa terjadi dikarenakan lokasi pada kampung batik Tuban desa Margorejo ini terletak di belakang bukit yang jauh dari jalur utama kota yang menghubungkan Kabupaten Tuban. Pada fenomena tersebut bisa juga di perkuat dengan tidak adanya *Brand Identity* (identitas merek) kampung batik Margorejo yang seharusnya ada agar bisa di kenal oleh semua orang, dan perjalanan menuju lokasi kampung Margorejo ini pun juga sangat sulit karena melewati bukit – bukit yang hampir tidak ada penduduknya.

Pengertian Brand dapat di artikan berbagai macam namun *brand* juga tidak hanya diperlihatkan dalam sebuah simbol (seperti logo), melainkan *brand* ini juga dapat di terapkan kedalam bentuk aplikasi yang akan di gunakan salah satunya yaitu nama, design, iklan, slogan dan lain sebagainya. *Brand* tidak hanya itu saja *brand* juga memiliki sifat menyeluruh yang dapat di terapkan kedia mana saja, pada perancangan *brand* itu sendiri yaitu untuk membuat suatu persepsi dimana perspsi tersebut dapat di lihat dan dapat menarik perhatian masyarakat. Pada *brand* ini memiliki sebuah tujuan yaitu untuk membuat sebuah design yang sangat bagus dan benar, agar masyarakat bisa tahu dan memahami tentang apa yang di buat oleh perancang (Permana, 2012 ; 2).

Oleh karena itu, kebutuhan *brand* sangat penting, karena selain meningkatnya sektor per-kapitanya juga dapat lebih di kenal lagi oleh masyarakat. Pada perancangan tugas akhir ini perancang lebih memfokuskan pada *brand Identity* pada sentra batik Tuban, sehingga bisa memberikan identitas tersendiri bagi tempat ini. Pada kampung batik ini juga perlu di promosikan, agar dimana

semua orang tahu tentang adanya kampung batik Tuban dan bisa menjadi identitas kampung batik yang dapat diketahui oleh masyarakat luas khususnya masyarakat Indonesia. Brand identity dapat diartikan sebagai identitas merek yang memiliki daya tarik tersendiri untuk dapat menarik perhatian semua orang, namun identitas merek tersebut tidak hanya bisa dilihat melainkan dapat di ingat, di pegang, dirasakan dan itu nyata. merek tersebut juga dapat di temui di mana saja salah satunya seperti maskot, baliho, signage dan lain-lain (wheeler, 2009 ; 4).

Arah dari perancangan brand identity kampung batik Tuban ini untuk membentuk sebuah identitas kampung itu sendiri, karena kampung ini belum banyak sarana yang dapat mendukung kemajuan potensi pada kawasan atau wilayahnya. Maka dari itu pembuatan logo kampung batik Tuban ini merupakan salah satu alternatif yang sangat penting demi mengangkat keunggulan dari kampung batik tersebut agar dapat lebih di kenal lagi oleh masyarakat. Pada perancangan ini bertujuan untuk mengkomunikasikan identitas kampung batik Tuban.

Dalam perancangan ini *stake holder* yang menaungi adalah Dinas Perekonomian dan Pariwisata kota Tuban. Nantinya segala bentuk rancangan *brand Identity* yang perancang buat akan diimplementasikan ke masyarakat luas oleh mereka. Mereka juga membantu sebagai pendukung data primer dalam perancangan ini. Perancangan tersebut akan dirancang secara komunikatif agar *audience* yang ingin datang tidak kesulitan dalam mencari informasi terkait dengan lokasi Batik Tuban yang ada di kampung Margorejo Kabupaten Tuban, Jawa Timur.

1.2 Identifikasi Masalah

- Kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap kampung batik Tuban dan produksi batik itu sendiri.
- Tidak adanya identitas merek seperti logo kampung batik Tuban yang dimana identitas tersebut sangat penting karena dapat memperlihatkan ciri khas dari batik Tuban, sehingga potensi kerajinan batik yang ada di kampung batik Tuban tidak terlihat

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang konsep *brand Identity* kampung batik Tuban yang sesuai dengan karakteristik kota Tuban ?

1.4 Tujuan Perancangan

- Membuat sebuah *Brand Identity* untuk membantu UMKM batik agar lebih di kenal dan memiliki value di mata audiens.

1.5 Target Audience

1. Demografis

- Berumur antara 30 tahun.
- Berpenghasilan bekisar Rp 3.000.000.
- Semua agama.
- Pendidikan akhir minimal S1.
- Jumlah anggota keluarga yaitu catur warga.
- Status keluarga dari kalangan menengah ke atas.

2. Geografis

- Masyarakat Indonesia yang berada di Jawa Timur terutama di Surabaya atau kota-kota besar.
- Target audience sekunder adalah masyarakat dan wisatawan dalam negeri yang berada khususnya di sekitar Surabaya dan sekitarnya.

3. Psikografis

- Semua orang yang aktif.
- Suka melakukan kegiatan liburan
- Ingin mendapatkan informasi mengenai kampung batik Tuban secara mendalam.
- Pecinta Batik

1.6 Manfaat Perancangan

- **Bagi Perancang**

Menambah informasi keilmuan untuk pengembangan kualitas kreatifitas bagi penulis dalam mengembangkan ilmu tentang pemberdayaan pengusaha khususnya usaha batik tulis.

- **Bagi Desa Batik Tuban**

Dengan adanya destination branding ini di harapkan agar dapat memberikan dampak yang positif bagi desa batik agar dapat meningkatkan sector pariwisata yang dapat di kenal oleh semua orang.

- **Bagi Mahasiswa**

Memberikan sebuah informasi dan ilmu agar kita tahu dan dapat memahami bagaimana cara memberdayakan batik tulis itu sendiri agar tidak punah dan dapat di ketahui oleh semua orang.

- **Bagi Universitas**

Memberikan tambahan referensi yang dapat berguna sebagai dasar-dasar pemikiran untuk lebih memahami tentang pemberdayaan pengusaha batik tulis yang sekarang ini sudah hampir punah karena adanya batik press yang saat ini dipakai untuk membuat batik itu sendiri.

- **Bagi Masyarakat**

Agar semua orang tahu tentang adanya batik yang ada di kota Tuban dan agar lebih dikenal lagi oleh semua masyarakat yang ada di Indonesia maupun luar negeri. Diharapkan dengan adanya banyak wisatawan yang datang, maka lapangan pekerjaan yang baru juga akan muncul dan tumbuh dengan adanya perubahan jaman sekarang.